

HATÁRTALAN LEHETŐSÉGEK AZ ELEKTRONIKUS KERESKEDELEMBEN

„A fejlődés legfontosabb kulcsa az emberi választásban rejlik.”

George Eliot

BEVEZETŐ

Az utóbbi tíz évben komoly súlyponteltolódás figyelhető meg a kereskedelmi folyamatokban az elektronikus módszerek alkalmazásának irányába. Az internet lehetőséget biztosít arra, hogy különböző gazdasági ügyleteket, tranzakciókat bonyolítsunk le viszonylag rövid idő alatt, egyidejűleg akár több résztvevővel is.

A hagyományos üzletkötésekkel szemben, melynek során a személyes kontaktus igen nagy szerepet játszik, az új formációnál esetleg nem is azonos nyelvet beszélnek a jogviszony alanyai. A jogügylet szereplői anélkül, hogy egyszer is találkoznának, akár képviselőik útján úgy kötnek mindenféle tárgyú és volumenű szerződést, hogy esetleg különböző kultúrában, jogi környezetben élnek.

Máris felmerül egy komoly morális kérdés: hogyan köthetne bármiféle megállapodást egy USA-beli állampolgár, üzletember, cég egy kelet-(közép)európai féllel jogi biztosítékok nélkül, mikor nálunk az adott szó becsületét nyomaiban sem fedezhetjük fel. Míg például a Nathan Rotschild névvel fémjelzett bankház, a FED milliárdos nagyságrendű hitelezései során gyakran szóbeli megállapodás történik az érintett ipari konglomerátum vezetőjével, államfővel. Az iszlám országok kereskedői is csupán kézfogással, máshol birkafaggyú nyalogatásával erősítik meg ügyleteiket. Nincs szükség még arany megrendelése, illetve szállítása esetén sem írásba foglalt,

papír alapú dokumentumra, hiszen az adott szó szentsége révén meg sem fordul a felekben a szerződésszegés „lehetősége”. Magyarországon sok esetben már eleve olyan indítatással szövegezik meg jogászaink a szerződést, hogy azt a későbbiekben „fel lehessen borítani”, már eleve belekalkuláljuk a szerződés megszegését, felbontását.

Hol beszélhetünk mi egyáltalán szerződéses fegyelemről? Lehet-e így működő- és fejlődőképes, prosperáló gazdaságot építeni?

Hogyan bízhatnánk meg bárkinek az elektronikus aláírásában, tartozzon az bármely minősítési fokozatba.

Nálunk érthető módon nem szívesen alkalmazzák az üzleti partnerek az észak-amerikai kontinensen széles körben elterjedt *gentle-mens' agreement*eket, vagyis a kézfogással kötött úriember megállapodásokat.

Így hazánk esetében nem csak a személyes kontaktus hiánya miatt van szükség pontosan szabályozott jogi garanciákra mind az eladó/szolgáltató, mind a vevő/felhasználó/fogyasztó oldalán.

A másik jelentős problémát az jelenti, hogy az elektronikus kereskedelem sokkal nagyobb lendülettel terjed, mint ahogy azt a jogalkotási mechanizmus követni tudná. A jogásztársadalomnak fel kell készülnie a technika ilyen dinamikus fejlődésére, hogy a joghézagok adta visszaélési lehetőségek köztudatban való megfogalmazódása előtt hatékonyan tudjanak fellépni a jogszerűség mellett.

A gyakorlatban olyan, mintha egy jogilag légüres térbe csöppen-nénk, hisz más jogterületekről vagyunk kénytelenek kölcsönözni az alkalmazandó joganyagot, illetve jelenleg is csak egy keret-szabályból álló törvény¹ tartalmazza az irányadó rendelkezéseket.

Értelemszerűen magában rejtí annak veszélyét, hogy a technika teremtetten joghézagokat rosszhiszeműen jogtalan pénz- és haszon-szerzési stratégiák bevetésére használják fel.

Célszerű lenne a jogalkotási folyamatba bevonni az érdekelt nemzetközi cégeket, hogy már a szabványosításnál kifejtthessék szakmai álláspontjukat.

Akár gazdasági lapokat olvasva, vagy az általános híradások ezirányú híreit hallgatva figyelemmel kísérhetjük az elektronikus kommunikációs eszközök és ezzel együtt az on-line kereskedelem robbanásszerű terjedését.

Az új formáció térhódításáról szóló híreket jogászként tanulmányozva ki-kí a szakterületének megfelelően értékelheti e jelenséget.

A magánpraxist folytató ügyvéd az ügyfele garanciális, fogyasztó- és adatvédelmi, továbbá pénzügyi biztonságát szeretné szabályozva látni. A hatékony működés alapvető feltétele az elektronikus adatfeldolgozással és – továbbítással kapcsolatos biztonsági kérdések megfelelő szabályozása, hiszen az internetes információk kezelése a hagyományos adatkezelésnél lényegesen egyszerűbbé és gyorsabbá vált, így a személyes- és bizalmas tények könnyen illetéktelen harmadik személyekhez kerülhetnek. A személyes jelenlét hiányából eredő bizalmatlanság ellensúlyozására kerültek elfogadásra az adat szolgáltatásra vonatkozó külön szabályok², valamint a reklámozásra, hirdetésre irányadó rendelkezések³ és a speciális fogyasztóvédelmi szakaszok⁴.

Az a vállalati jogtanácsos, aki az elektronikus kereskedelmi tevékenységet folytató cég vezetője, munkáltatója érdekeinek képviselőjeként és érvényesítőjeként lép fel, öröködik az optimális működés felett. Olyan jogszabályok létét kívánja, amelyek biztosítják a vállalat beágyazódását a hazai folyamatokba. Olyan jogi környezet kialakítását igényli, mely védelmet nyújt „cége” számára a komolytalan megrendelőkkel és a nótórius nem fizetőkkel szemben.

A közhivatalnok, a közigazgatásbeli jogász – aki akár a törvényalkotás, akár az állami bevételek biztosítása oldaláról tekint erre a gyors növekedésre – olyan szabályozást szeretne, amely garantálja az állam létét, fennmaradását. Az irdatlan on-line értékesítésből származó haszon egy részét a központi költségvetés felé kell terelni, ezáltal megakadályozva az állami kassza váomok és adók nem fizetésével, egyéb trükkökkel való megkerülését.

Kikristályosodott bírói gyakorlatról még nem igen beszélhetünk a téma viszonylagos újszerűségéből eredően. Egyik vagy másik bíróság hogy tekint „az on-line ügyekre”: már megint egy fantom cég, avagy ismét a fogyasztó/megrendelő járt el rosszhiszeműen. Az

elektronikus kommunikációs eszközök térnyerésével várhatóan egyre több ilyen ügy kerül majd az igazságszolgáltatás elé.

Az előbb említett megközelítések mindegyikének kifejtésére jelen tanulmányban nincs lehetőségünk, ehelyett az irányadó hatályos jogi háttérrel ismertetem röviden egy-egy kérdés kiemelésével.

I. AZ ELEKTRONIKUS KERESKEDELEM MEGHATÁROZÁSA

A nemzetközi gyakorlatban különböző nézetek alakultak ki az on-line kereskedelem fogalmát illetően, amelyek többsége a körülírás módszerét alkalmazza.

I.1. A következő megközelítések az általánosan elfogadottak:⁵

1. tágabb értelmezés, avagy a technológiai folyamatokat előtérbe helyező fogalom-meghatározás;
2. szűkebb értelmezés, avagy az ügyletek tartalmát előtérbe helyező fogalom-meghatározás;
3. „vegyes” szemlélet;
4. ipso jure jellegű fogalom-meghatározás;
5. jogilag kimunkált definíció;

A technológiai folyamatokat előtérbe helyező megközelítést elfogadják a digitális információ-szolgáltatás megvalósulása módjának vizsgálatából indulnak ki. Egzaktnak meghatározzák az elektronikus információt és – információ-szolgáltatást, viszont nem térnek ki ezen ügyletek által keletkeztetett jogviszonyokra.

Ezt az álláspontot képviseli az USA-ban elfogadott Egyesített Számítógép Információs Ügyletekről szóló törvénytervezete.

A ügyletek tartalmát előtérbe helyező nézetet vallók, mint az UNCITRAL⁶ által kibocsátott „Minta törvény”, sokkal inkább a tartalmi követelményekre helyezik a hangsúlyt.

Mindkét álláspont az elektronikus kereskedelem hatálya alá vonja az alábbi jogügyleteket:

a B2B⁷, vagyis a gazdálkodó szervezetek egymás közöttit és

a B2C⁸, avagy a gazdálkodó szervezetek és a fogyasztók között.

Míg a szűkebb szemlélet kizárólag a gazdálkodó szervezetek, magánszemélyek és az állami szervek közötti polgári jogügyleteket sorolja ide, addig a másik tágabban értelmezi és a nem kizárólag polgári jogi jellegű tranzakcióikhoz kapcsolja az elektronikus aláírást is.

Az Európai Unió elektronikus kereskedelemmel kapcsolatos irányelvei⁹ már a harmadik, az úgynevezett „vegyes” szemléletet képviselik, melyek a formai és a tartalmi szempontokat egyaránt előtérbe helyezik.

Az Európai Bizottság (továbbiakban EB) az „Elektronikus kereskedelem európai kezdeményezése” című közleményében a pontos értelmezés helyett a körülírás módszerét választja. Javaslatának megfelelően minden az on-line úton bonyolított üzleti akció e körbe tartozik, vagyis nem szűkíti le az internet-alapú kereskedelemre a meghatározást. Ugyanis a különböző jogügyletek lebonyolításához a világhálón túl igénybe vehető videotex, vállalati hálózat vagy CD-ROM. Az „EU Kormányának” álláspontja szerint a tevékenységek két fajtája, a közvetett és a közvetlen változat, tartozik az elektronikus kereskedelem hatálya alá. Előbbi az ingó dolgok online módon való megrendelését takarja, míg utóbbi az eszmei javak és szolgáltatások elektronikus eszközök általi megrendelését, fizetését és szállítását jelenti.

Az EU-s irányelv ajánlásaira tekintettel elfogadott EKtv. az elektronikus kereskedelmi szolgáltatást¹⁰, továbbá az elektronikus utat¹¹ határozza meg.

Végül az EKtv. indokolása a következő értelmezést adja: „...az információs társadalommal összefüggő szolgáltatások, különféle üzleti, kereskedelmi tranzakciók elektronikus adatátvitellel történő lebonyolítását jelenti...”¹².

Az ipso jure jellegű fogalom-meghatározás szerint meg kell jelölni azokat az ügyleteket, amelyek nem tartoznak az elektronikus

kereskedelem hatálya alá. Ilyenek például az örökléssel kapcsolatos jognyilatkozatok. Az Ektv. 1.§-ának (3)-(4) bekezdésében találunk ilyen kizáró rendelkezést:

„E törvény hatálya nem terjed ki a bírósági, illetőleg egyéb hatósági eljárásban nyújtott és felhasznált információs társadalommal összefüggő szolgáltatásra és nem érinti a személyes adatok védelmére vonatkozó jogszabályok alkalmazását.”¹³

„E törvény hatálya nem terjed ki az e törvényben meghatározott magánjellegű közlésre.”¹⁴

Az elektronikus kereskedelem jogi fogalmára vonatkozóan nem alakult ki egységes álláspont. Mégis a Model Law, valamint az Európai Unió (továbbiakban EU) által kialakított jogi terminológia alapján a következő definícióról mondható el, hogy általánosan elfogadott a szakirodalomban:

„Elektronikus kereskedelemnek nevezzük a távollévők között, elektronikus eszközök által tett olyan jogilag releváns cselekményeket, amelyek egyedileg meghatározható jogalanyok között polgári jogi jellegű jogviszonyt hoznak létre, feltéve, hogy jogszabály az elektronikus kereskedelemre vonatkozó rendelkezések alkalmazását nem zárja ki.”¹⁶

A bemutatott öt irányt követően további megközelítéseket is szeretnék ismertetni, amelyek a két szélsőséges értelmet adják meg.

A legtágabb értelemben minden olyan ügylet on-line kereskedelemnek minősül, amelynek létrejöttéhez elektronikus kommunikációs eszközt vesznek igénybe. A másik véglet alapkövetelményként írja elő az ajánlatra felhívástól egészen az ajánlat elfogadásáig, továbbá az ellenszolgáltatás teljesítésénél a digitális módszerek alkalmazását.¹⁷

A fent ismertetett kettős felosztáshoz hasonló értelmezés az elektronikus kereskedelem fogalmkörébe vonja az on-line szerződéskötés teljes folyamatát áru és/vagy szolgáltatás esetén. Szűk értelemben viszont csak a szolgáltatás és az ellenszolgáltatás elektronikus úton történő teljesítése tartozik ide.¹⁸

1.2. Hogyan viszonyul az elektronikus kereskedelem a digitális üzlethez?

A két fogalom közül az utóbbi fed le szélesebb kört, hiszen az elektronikus kereskedelem (továbbiakban e-ker.) az elektronikus üzlet (továbbiakban e-üzlet) egyik eleme.

Az e-üzlet vagy távüzlet (electronic business) az internetes technológiákon alapuló üzleti folyamatokat jelöli¹⁹. Vannak azonban olyan források, amelyek a világháló mellett egyéb, az elektronikus úton lebonyolított tranzakciókat vonják e meghatározás alá, tehát általánosságban az *elektronikus üzletvitelt* értik alatta²⁰.

Az e-ker. (electronic commerce) esetén az értékesítésen van a hangsúly. Termékek vagy szolgáltatások *értékesítési csatornájaként az internetet* veszik igénybe a jogviszony alanyai. Sok esetben kizárólag az on-line módon megindított folyamatot jelenti a gyakorlatban.

A következő lehetőségeket foglalja magában:

- hálózati szereplők közötti kereskedelmi ügyintézés,
- az egyszerű fogyasztók számára a digitális tájékozódást biztosítja web-hirdetések és – katalógusok segítségével; az ajánlattételi felhívásra elküldheti ajánlatát és elektronikus úton értesülhet annak elfogadásáról is,
- a megrendelésen túl bizonyos áruk esetén a szolgáltatás is történhet elektronikusan,
- végül az ellenszolgáltatás teljesítése, vagyis a fizetés is nyújtható ily módon, amennyiben a virtuális áruház lehetővé teszi.

II. AZ ELEKTRONIKUS KERESKEDELEM JOGI KÖRNYEZETE

A köznyelvben csak „Társulási Megállapodásként”²¹ emlegetett jogszabály alapján az EU-hoz való csatlakozásunkkal együttjáró alapvető kötelezettségünk a hazai jogrendszer közelítése a közösségi joghoz. A Magyar Köztársaság Kormánya 2002-ben fogadta el a jogharmonizációs programról és annak végrehajtásáról szóló határozatot.²²

Az egységes szabályozás érdekében a következő irányelveket fogadta el a Közösség e témakörben:

- a Tanács 98/34/EGK sz. irányelve a műszaki szabványokról és eljárásokról szóló irányelv módosításáról²³.
- az Európai Parlament és a Tanács 2000/31/EK sz. irányelve az információs társadalommal összefüggő szolgáltatások, különösen az elektronikus kereskedelem egyes jogi kérdéseiről (továbbiakban e-ker. ie.).

Továbbá egy-egy kapcsolódó szakterületet érintő jelentős dokumentum kihirdetésére került sor:

- az Európai Parlament és a Tanács 1999/93/EK sz. irányelve az elektronikus aláírások közösségi programjáról,
- a 97/7/EK sz. irányelv. a fogyasztóvédelemről,
- a személyes adatok védelméről és feldolgozásáról és
- az adózásra vonatkozó iránymutatásokat.

Mindezek elfogadásához jogi mintaként szolgált az UNCITRAL által 1996. december 17-én elfogadott törvény, a Modell Law, amely keret jellegénél, valamint technológia-semleges szabályozásánál fogva bármely jogrendszer számára zsinórmértékként szolgálhat.

Az „Átláthatósági” irányelv megszületését az elektronikus információ-szolgáltatás átláthatóvá tételének szükségessége indokolta. Az elektronikus kereskedelem meghatározása helyett az információs társadalmi szolgáltatás fogalmát használja, mely négy konjunktív feltétel megvalósulása esetén tartozik az irányelv hatálya alá. A szolgáltatás ellenszolgáltatás fejében, távollévók között, elektronikus

eszközök igénybe vételével és a szolgáltatást megrendelő egyéni kérésére kell, hogy történjen.

Hasonlóan az e-ker. irányelv kizárólag az információs társadalom szolgáltatásait definiálja: „ide értendő bármilyen visszterhes, adattárolásra – és feldolgozásra alkalmas, elektronikus eszközök útján és a szolgáltatást igénylő saját megrendelése alapján nyújtott ún. »táv-szolgáltatás«.”²⁴

Mindkét irányelvben megtalálható elemek:
az elektronikus eszköz,
felhasználó egyedi megrendelése,
távollevő felek,
viszterhesség.

Az utóbbi Direktíva 2000. július 8-án lépett hatályba²⁵, mely 18 hónapot biztosított a tagállamok számára rendelkezéseinek a hazai jogrendszerbe való átültetésére. A jogharmonizációs feladaton túl kettős jogi célt tűzött ki: egyrészt az egységes belső piac ezirányú megalapozását és kiterjesztését²⁶, másrészt az információs társadalom szolgáltatásaira vonatkozó közösségi jogi kereteinek meghatározását.

Az irányelv öt szabályozási területet ölel fel:

1. Az információs társadalomban a szolgáltatási szféra megalapozását.
2. A kereskedelmi kommunikáció rendezését.
3. Az on-line szerződéskötés joghatályának elismerését.
4. A közreműködők felelősségi kérdéseinek szabályozását.²⁷
5. Az irányelv gyors és hatékony végrehajtását.

Hazánkban ezen uniós normatíva adoptálására az elektronikus kereskedelmi szolgáltatások, valamint az információs társadalommal összefüggő szolgáltatások egyes kérdéseiről szóló 2001. évi CVIII. törvénnyel (továbbiakban Ektv.) került sor, amelynek megszöve-

gezésénél számos követelményt kellett figyelembe venniük a tagállami jogalkotóknak.

Brüsszelben előírták:

- a) „az előzetes engedélyezést kizáró elv alkalmazását;
- b) az információs társadalommal összefüggő szolgáltatással kapcsolatos adatszolgáltatás megfelelő szabályozását;
- c) a nem igényelt kereskedelmi megkeresésekre vonatkozó előírások megállapítását;
- d) a jogi garanciák megteremtését a „szabályozott foglalkozások” tekintetében;
- e) az elektronikus szerződéskötés szabályainak megállapítását;
- f) a szolgáltatók felelősségének szabályozását;
- g) az önszabályozás ösztönzését nemzeti és közösségi szinten;
- h) a bíróságon kívüli vitarendezés lehetővé tételét, ösztönzését;
- i) a bírósági eljárások tekintetében a jogsértés megszüntetését, illetve a további jogsértés megakadályozását biztosító intézkedések lehetővé tételét;
- j) az együttműködést más tagállamokkal, illetve az Európai Bizottsággal a jogszabályok végrehajtása érdekében; valamint
- k) a megfelelő szankciók megállapítását”.²⁸

A jelenleg is hatályos törvény csak a 2003-as módosítással²⁹ tett eleget formálisan az uniós elvárásoknak, hiszen az eredeti változat nem rendelkezett a magatartási kódexekről (önszabályozás állami elismeréséről), a szabályozott szakmákról, a bíróságon kívüli vitarendezés ösztönzéséről, valamint az adatvédelem külön szabályairól sem. A szolgáltatók felelősségére vonatkozó szakaszokat viszont kitágítottuk a közvetítő szolgáltatókra is.

A szabályozás hiányosságának hátterében elsősorban az állt, hogy még nem volt hazánk az EU teljes jogú tagja, másrészt az említett kérdések nem kizárólag jogi rendezést kívántak.

Az átfedések elkerülése végett az irányelv iránymutatásai helyett az EKtv. fontosabb rendelkezéseit ismertetem.

Az elektronikus kereskedelemre vonatkozó joganyag kialakításakor, pontosításakor számos elvet kell követni, így az elektronikus mód általános elismerésének igényét, az on-line kereskedelem szabadságát, a *sui generis* jogalkotás megteremtését, a technológia- és a médiasemlegességet, valamint a funkcionális ekvivalencia elvét és a nemzetközi jelleg érvényesülését.³⁰

1. Az elektronikus jognyilatkozat általános elismerésének elve

A nemzeti jogalkotás során olyan rendelkezések beiktatására van szükség, amelyek garantálják a digitális jogügyletek joghatásbeli egyenrangúságát az írásbeli dokumentumokkal.

Mi minősül egyáltalán elektronikus dokumentumnak?

Az elektronikus aláírásról szóló 2001. évi XXXV. törvény (továbbiakban Eatv.) 2.§-ának 12. pontja alapján digitális okiratnak minősül minden olyan adategyüttes, amely elektronikus eszköz útján értelmezhető. Az on-line szerződéskötési forma széleskörű támogatottságáért biztosítani kell, hogy ne legyen hátrányos megkülönböztetés a szóbeli, valamint a papír alapú iratok és az elektronikus úton létrejött dokumentumok között érvényességük és bizonyító erejük tekintetében

A Polgári perrendtartásról szóló 1952. évi III. törvény (továbbiakban Pp.) az okiratok három csoportját különbözteti meg: a közokiratokat³¹, a teljes bizonyító erejű³² és a szabadon mérlegelhető ún. egyszerű magánokiratokat.³³

Az elektronikus aláírással ellátott dokumentumok nagyjából megfeleltethetők ezen kategóriáknak a szignó minősítési fokozatát alapul véve.³⁴

„Bizonyító erő szempontjából az írásbeliség esetén vannak különbségek. ... A diszkrimináció tilalma alapján ugyanilyen jellegű törvényi véelmeket kell elismerni az elektronikus kereskedelem joganyagában is, például a minősített elektronikus aláírás bizonyító ereje nagyobb az egyszerű elektronikus aláírásénál.”³⁵

2. Az elektronikus kereskedelem szabadságának elve

Hasonlóan a hátrányos megkülönböztetés tilalmához ezen elv érvényesülése is az elektronikus jogügyletek általános elfogadottságát és jogi kikényszeríthetőségét segíti elő.

Elvárásként fogalmazódik meg, hogy

- a) minden jogalany diszkrecionális jogkörében dönthesse az elektronikus kereskedelemben való részvételről,
- b) szabadon hozzáférhessen a megszerezhető javakhoz és információkhoz és
- c) az on-line úton nyújtott szolgáltatások szabadsága.

3. Sui generis jogalkotás és szubszidiaritás

A klasszikus polgári jogi szabályokhoz képest egy teljesen önálló jogágról van szó, melynek sajátos elvei alapján kialakult fogalomrendszere eredeti jogalkotást igényel. A szabályozatlanul hagyott kérdésekben azonban továbbra is háttéranyagként szolgálnak a hagyományos civilisztikai normák. Elsődlegesen az elektronikus kereskedelemre vonatkozó normák az irányadóak, az Ektv. hatályba lépése óta a „lex specialis derogat legi generali” elvnek megfelelően.

4. Technológia- és médiasemlegesség követelménye

A műszaki háttér, az újabb és újabb elektronikus kommunikációs források megjelenése jogtechnikailag a példálózó felsorolás, a rugalmas szabályozás alkalmazásával oldható meg.

Az irányadó rendelkezések hatálya alá kell vonni minden, a digitális kapcsolatfelvételre alkalmas eszközt függetlenül annak technológiai fejlettségi fokától. Az ebből eredő pontatlanságok, adott esetben joghézagok teszik képlékennyé az üzleti partnerek számára ezt a jogterületet.

A technikai feltételeken túl azonban a virtuális áruházak létének és működésének jogi alapjait is meg kell teremteni.

Ilyen nyitott törvényi helyként jelölhető meg az elektronikus út értelmezésében alkalmazott más elektromágneses eszköz kife-

jezés,³⁶ vagy a magánjellegű közlés esetén az elektronikus levelezéssel egyenértékű, egyéni közlésre alkalmas kommunikációs eszköz³⁷.

5. A funkcionális ekvivalencia elve

Egyfajta elemzést kíván meg a jogalkotótól, amelynek célja annak kiderítése, hogy az off-line és az on-line terület jogi szempontból hol fedik egymást, vagyis mely esetekben ekvivalensek a kidolgozott fogalmak. Az analízis alapját az egyes terminus technikusoknak a jogterületenkénti funkciója képezi. Az elektronikus jogi környezetbe kizárólag azok a megnevezések emelhetők át, amelyek teljes egészében megfelelnek a hagyományos jogviszonyokban betöltött szerepüknek és jogi hatásuknak.

6. „Globális jogalkotás”

A világháló nemzetközi szintű térhódítása a minimális követelmények egységes rendezését követeli meg. Ennek a természetes igénynek igyekszik eleget tenni a WTO, az UNCITRAL, az OECD és az EU is. A határok átjárhatóságával, a határtalan lehetőségekkel nem csak előnyök járnak, így a multikulturális, sokszereplős jogviszonyokat, az esetleges visszaéléseket és jogvitákat legalább keretjelleggel ugyanazon mérce szerint kell szabályozni.

A nemzeti jogalkotó folyamatot befolyásoló alapelvek áttekintését követően az elektronikus úton történő szerződéskötés folyamatára térnénk át, amelynek kiindulópontja az elektronikus kereskedelmi szolgáltatás meghatározása. Az „elektronikus kereskedelmi szolgáltatás olyan információs társadalommal összefüggő szolgáltatás, amelynek célja áruk, illetőleg szolgáltatások üzletszerű értékesítése, beszerzése, cseréje.”³⁸

Milyen feltételek együttes fennforgása esetén beszélhetünk információs társadalommal összefüggő szolgáltatásról?³⁹

1. elektronikus úton,
2. távollévók részére,
3. rendszerint ellenszolgáltatás fejében nyújtott szolgáltatás,
4. amelyhez a szolgáltatás igénybe vevője egyedileg fér hozzá.

Az EKtv. az e-ker. irányelv ajánlásaira tekintettel nem korlátozza az előbbi fogalomkört kizárólag a gazdasági tevékenységekre, továbbá a technológiai háttér fejlődésének befogadására is alkalmas ez a nyitott törvényhely. Főszabály szerint a visszterhes jogügyletek tartoznak e norma hatálya alá, de nem zárja ki a jogalkotó a szolgáltató részéről az ellenérték nélkül nyújtott szolgáltatást sem, mint például a digitális információadást. A szolgáltatást azonban minden esetben elektronikus úton kell nyújtani, amely nem azonosítható pusztán a világhálóval, hiszen az internetnél jóval szélesebb kört ölel fel. Az elektronikus út az elektronikus adatfeldolgozást, – tárolást, illetőleg – továbbítást végző vezetékes, rádiótechnikai, optikai vagy más elektromágneses eszközök alkalmazása⁴⁰, mint például a távközlő eszköz kritériumainak⁴¹ is eleget tevő videotex billentyűzettel vagy érintőképernyővel, az elektronikus levél és a videotelefon. Mivel az információs társadalommal összefüggő szolgáltatás kizárólag távollévő felek viszonylatában merül fel, így a fogyasztói szerződések esetén háttéranyagként a Ptk. rendelkezései mellett alkalmazandó a távollévők között kötött szerződésekről szóló kormányrendelet is⁴². „A Ptk. alapján az egyidejű interaktív kommunikációban résztvevőket is jelenlévőknek kellene tekinteni, de a fogyasztóvédelmi jogszabályok a „jelenlévők” eredeti, szűk értelméből indulnak ki, és minden távközlő eszköz útján keletkezett megállapodást távollévők között kötött szerződésnek tekintenek.”⁴³

II.1. Az elektronikus kereskedelmi szolgáltatás alanyai és tárgya

A jogviszony alanyai

Egyik pozícióban mindig a szolgáltató⁴⁴ található, aki/amely lehet természetes személy, jogi személy vagy jogi személyiség nélküli szervezet.

A másik oldalon a szolgáltatás igénybe vevője⁴⁵ áll, aki/amely szintén lehet természetes személy, jogi személy vagy jogi személyiség nélküli szervezet (fogyasztó esetén speciális szabályok), aki/amely információs társadalommal összefüggő szolgáltatást vesz igénybe, különösen abból a célból, hogy információhoz⁴⁶ jusson, vagy azt hozzáférhetővé tegye.

A szerződés közvetlen tárgya:

az áru, illetve a szolgáltatás üzletszerű értékesítése, beszerzése, cseréje.

A kontraktus közvetett tárgya:

áru, szolgáltatás, amelyre nézve a szerződéskötés elektronikus úton történik, illetve esetlegesen a teljesítés és az ellenszolgáltatás nyújtása is.

Érdemes áttekinteni, hogy milyen, a Polgári Törvénykönyvben nevesített szerződéstípusok keretében realizálódhatnak az elektronikus kereskedelmi szolgáltatás közvetlen tárgyaként felsorolt magatartások. Egyértelműen számításba jöhet:

az adásvétel,

a csere,

a szállítási szerződés,

a közüzemi szerződés,

a vállalkozás,

a megbízás,

a mezőgazdasági termékértékesítési szerződés,

a bizomány,

a fuvarozás,

a szállítmányozás,

az ajándékozás, amennyiben például a szolgáltató ingyenesen nyújt digitális információ-szolgáltatást,

a folyószámla-szerződés, amely vagy vállalkozás, vagy megbízás keretében zajlik.

Megfelelő biztosítékok, jogilag rögzített garanciális szabályok, így különösen az elektronikus aláírás általános elfogadásával, elektro-

nikus nyilvántartások létesítésével a jövőben a következő szerződésekre is kiterjeszthető lesz a felsorolás:

a bankhitelszerződésre,

a kölcsönszerződésre,

a bankszámlaszerződésre,

a betétszerződésre,

esetleg a takarékbetét-szerződésre,

a biztosításokra, a vagyonbiztosítás kivételével és

a letét különös nemei közül a bankletételre, a bírói letételre, az ügyvédi letételre, a közgyűjteményi és a raktározási letételre.

Biztosan nem valósítható meg az on-line ügylet bérlet, lakásbérlet, haszonbérlet és a letét alapfajtája által.

II.2. Az Ektv. alapján kötött szerződés tartalma

A személyes jelenlét hiányának kompenzálása érdekében a szolgáltató széleskörű adatszolgáltatási- és tájékoztatási kötelezettségét írja elő a jogalkotó.

„A szolgáltató köteles **elektronikus úton közvetlenül és folyamatosan, könnyen hozzáférhető módon, magyar nyelven** legalább a következő adatokat, illetve tájékoztatást közzétenni:

a) a szolgáltató nevét, amennyiben a szolgáltató nem természetes személy, képviselőjének nevét is;

b) a szolgáltató lakcímét, illetve székhelyét, telephelyét;

c) a szolgáltató elérhetőségére vonatkozó adatokat, különösen az igénybe vevőkkel való kapcsolattartásra szolgáló, rendszeresen használt elektronikus levelezési címét;

d) amennyiben a szolgáltató létrejöttét, vagy tevékenysége megkezdését jogszabály valamely nyilvános nyilvántartásba való bejegyzéséhez köti a szolgáltató a nyilvántartásba bejegyző bíróság vagy hatóság megnevezését és a szolgáltató nyilvántartásba vételi számát;

e) amennyiben a szolgáltató tevékenységének gyakorlása jogszabály alapján engedélyköteles, illetve minősítéshez vagy

akkreditációhoz kötött, ezt a tényt az engedélyező hatóság (minősítő, akkreditáló szerv megnevezésével és elérhetőségi adataival), valamint az engedély (minősítés, akkreditációs határozat) számával;

f) ha a szolgáltató az általános forgalmi adó alanya, a szolgáltató adószámát;

g) a szabályozott szakmák gyakorlásának körében:

ga) annak a szakmai érdekképviseleti szervnek (kamarnak) a megnevezését, amelynek a szolgáltató akár kötelező előírás alapján, akár önkéntesen tagja;

gb) a természetes személy szolgáltató szakképzettségének, illetve szakmai, tudományos fokozatának, valamint annak a tagállamnak a megjelölését, ahol ezt a szakképzettséget, illetve fokozatot megszerezte;

gc) hivatkozást a szabályozott szakma gyakorlásának a szolgáltató letelepedési helye szerinti államban alkalmazandó szakmai szabályaira és az azokhoz való hozzáférés módjára;

h) az adott szolgáltatáshoz kapcsolódóan a fogyasztóvédelemről szóló 1997. évi CLV. törvény (a továbbiakban: Fgytv.) 8.§-ának megfelelő tájékoztatást.⁴⁷

Szintén **elektronikus úton, közvetlenül és folyamatosan** köteles a szolgáltató az információs társadalommal összefüggő szolgáltatás ellenértékhez kötését, az ellenértéket és annak teljesítésének módját oly módon hozzáférhetővé tenni, hogy a tájékoztatás tartalma **egyértelmű és közérthető** legyen.⁴⁸

Továbbá a következő nevesített körülmények vonatkozásában általános tájékoztatási kötelezettség terheli a szolgáltatót:

- az alkalmazott információs rendszerek biztonsági fokáról,
- a felhasználó számára kockázatot jelentő tényezőkről,
- az általa megteendő óvintézkedésekről.⁴⁹

A folyamatosság követelménye elősegíti a felek közötti bizalmi

viszony kialakulását, ösztönzi az információs társadalommal összefüggő szolgáltatások általános elfogadottságát és biztosítja a szolgáltatók felelősségre vonhatóságát⁵⁰.

Továbbá a szükséges ismeretek birtokában megelőzhető az akarati hibából eredő érvénytelen jogügyletek létrejötte.

Az elektronikus úton kötött szerződésekre is irányadóak a Ptk. kötelmi jogi részének a szerződésekre vonatkozó általános, közös szabályai, azonban a felek egyidejű jelenlétének hiányából eredő (Ektv-beli) speciális rendelkezéseknek kell elsődlegesen érvényesülniük. Az Ektv. elektronikus úton kötött szerződésekre vonatkozó szakaszait⁵¹ abban az esetben is alkalmazni kell, ha a teljesítés nem digitális eszközök segítségével történik.

Az on-line úton történő szerződéskötésnek három nagy fázisa van:

1. a szolgáltató ajánlata vagy ajánlattételre történő felhívása (utóbbi esetben értelemszerűen bővülnek a lépések),
2. az igénybe vevő megrendelése és
3. a szolgáltató visszaigazolása.

Az információs társadalommal összefüggő szolgáltatás nyújtója köteles még *a szerződéskötésre vonatkozó ajánlattételt megelőzően* a kapcsolódó általános szerződési feltételeket hozzáférhetővé tenni oly módon, hogy a vevőnek lehetősége legyen azokat előhívni és tárolni.⁵² Ezen túl főszabályként egyértelmű tájékoztatást kell adnia:

- a) azokról a technikai lépésekről, amelyeket a szerződés elektronikus úton való megkötéséhez meg kell tenni;
- b) arról, hogy a megkötendő szerződés írásba foglalt szerződésnek minősül-e, a szolgáltató iktatja-e a szerződést, illetve, hogy az iktatott szerződés utóbb hozzáférhető lesz-e;
- c) az adatbeviteli hibáknak a szerződéses nyilatkozat elküldését megelőzően történő azonosításához és kijavításához biztosított eszközökről;

d) a szerződés megkötésének, valamint a szerződésnek a nyelvről;

e) arról a – szolgáltatási tevékenységre vonatkozó – magatartási kódexről, amelynek az adott szolgáltatás tekintetében aláveti magát, amennyiben van ilyen; továbbá arról, hogy ez a magatartási kódex elektronikus úton hol hozzáférhető.⁵³

A digitális üzlet kínálata, katalógusa általában kötelező érvényű ajánlatnak minősül.⁵⁴ A megrendelés elküldésével jön létre a szerződéses kapcsolat a felek között, amelyet a vevő csak abban az esetben vonhat vissza, ha a szolgáltató az ajánlat elküldésétől számított 48 órán belül nem igazolja vissza annak megérkezését.

Jogilag mikor érkezik meg a szerződő partnerekhez az ajánlat és annak visszaigazolása?

Amikor az érintett fél számára **hozzáférhetővé válik** az adott jognyilatkozat. A Ptk. 214.§ (1) bekezdéséből⁵⁵ kiindulva analógia alkalmazásával a szerződés létrejöttéhez elegendő az ajánlatot elfogadó nyilatkozatnak az ajánlattevő levelezési bázisában való megjelenése. Tehát a hatályba lépésnek nem feltétele az elektronikus úton érkezett üzenet megnyitása, elolvasása.

Röviden tekintsük át az elektronikus kereskedelmi szolgáltatásra vonatkozó jogviszony legfontosabb tartalmi elemeit

A szolgáltatót terhelő kötelezettségek:

- a virtuális cégre vonatkozó cégadatok közzététele,
- a vásárlással kapcsolatos tájékoztatás,
- Az ÁSZF hozzáférhetővé tétele még az ajánlattétel előtt,
- visszaigazolás az ajánlat elküldésétől számított 48 órán belül,
- visszatérítési kötelezettség legkésőbb harminc napon belül, amennyiben a másik fél eláll a vásárlástól, illetve elvileg nem teljesítés esetén, ha volt foglaló.

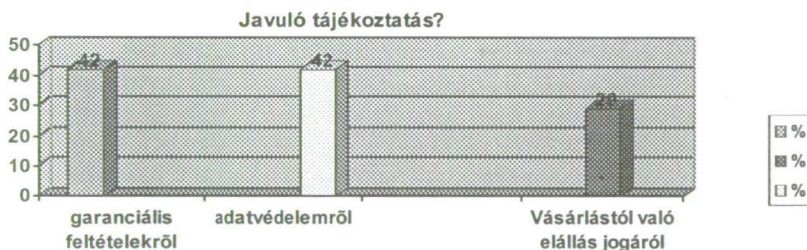
Az igénybe vevő jogai:

- meg nem rendelt termék esetén jogosult visszautasítani a

termék átvételét, hiszen az eladó nem vélelmezheti a vevő hallgatólagos beleegyezését;

- a megrendeléstől való elállás joga: az ajánlat elküldésétől számított 48 órán belül megszűnik az ajánlati kötöttség;⁵⁶
- a vásárlástól való elállás joga: a termék átvételétől, illetve a szolgáltatás nyújtásától számított 8 munkanapon belül indokolási kötelezettség nélkül, amennyiben a szolgáltató eleget tett az Ektv-ben előírt tájékoztatási kötelezettségének(objektív elállás), és 3 hónapon belül, ha nem tett eleget (szubjektív elállás).

Egy 2003 novemberében készült felmérésből⁵⁷ kiderül, hogy az egyértelmű törvényi előírás ellenére a szolgáltatók sok esetben nem tesznek eleget teljes körűen az adatszolgáltatási- és tájékoztatási kötelezettségüknek:



Forrás: www.recall.hu

Megállapítható, hogy csak látszólag tettünk eleget jogharmonizációs kötelezettségünknek az információs társadalommal összefüggő szolgáltatások, különösen az elektronikus kereskedelem egyes jogi kérdéseiről szóló 2000/31/EK irányelv alapján elfogadott törvény kihirdetésével, hiszen a Gazdasági és Közlekedési Minisztérium Engedélyezési és Közigazgatási Hivatala az elektronikus kereskedelemmel foglalkozó cégek tevékenységét csomagküldő tevékenységnek minősítette. Márpedig a brüsszeli követelmények

egyike az előzetes engedélyezést kizáró elv érvényesítése. Formálisan szerepel is az Ektv-ben, viszont a csomagküldő tevékenység nyilvántartásba vételhez kötött. A közösségi előírásoktól eltérő szabályozás indokául fogyasztóvédelmi szempontok jelölhetők meg.

Ezen kívül az elektronikus kereskedelem jogi hátterét áttekintve nyilvánvaló, hogy változatlanul komoly hiányosságok vannak. Az Ektv. ugyanis az EU-s direktíva egyszerű tükörfordítása, vagyis a hazai jogrendszerbe illeszkedő részletszabályok továbbra sem léteznek.

III. A FOGYASZTÓK DÖNTÉSI SZABADSÁGÁNAK VÉDELME

A kereskedelem, így az elektronikus eszközökhöz kötődő forgalom növekedésének is alapvető feltétele – az internethasználat általánossá válásán túl – a tiszta verseny biztosítása. A tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (továbbiakban Tptv.) értelmében már az ajánlattételre felhívásnak, illetve az ajánlattételnek is versenyjogilag tisztességesnek kell lennie.

A Tptv. által nevesített magatartások közül jelen tanulmányban a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolásának tilalmát emelném ki.

A fogyasztói döntések szabadságának védelme a fogyasztóvédelmi és a versenypolitika határán fekvő terület. A Tptv. alkalmazásában fogyasztónak minősül a megrendelő, a vevő és a felhasználó. A törvény III. fejezetében rendezett magatartás megvalósítható a fogyasztók megtévesztésével⁵⁸ és a fogyasztók választási szabadságát indokolatlanul korlátozó üzleti módszerek alkalmazásával⁵⁹.

E szakaszok célja a fogyasztók döntési szabadságának mint védett jogi tárgynak a különböző áruk és /vagy a szolgáltatások közötti választás védelmezése. A tisztességtelen befolyásolás kihat(hat) a versenytársak és az általuk kínált azonos vagy helyettesítő termékek fogyasztó általi rangsorolására és ezáltal „a verseny tisztaságára”. A verseny torzítása, korlátozása szempontjából releváns önmagában az ilyen hatás kiváltására való alkalmasság. „A fogyasztói döntések

tisztességtelen befolyásolását tiltó rendelkezéseknek nem tényállási eleme sem a fogyasztóknak okozott sérelem megvalósítása, sem a fogyasztói panaszok rendelkezésre állása.” (VJ-129/2005/31. 44.pont)

A jogsértő tájékoztatás abban az esetben is megvalósul, ha utóbb lehetőség van a valóságos adatok, információk megismerésére. Viszont a Tpv. rendelkezéseibe ütköző magatartások kivizsgálása során nem célja a Gazdasági Versenyhivatalnak (továbbiakban GVH) az egyéni jogsérelmek orvoslása (a fogyasztóvédelem egyéb szerveihez fordulhat, valamint polgári jogi igényeit érvényesítheti), hiszen elsődlegesen a közösség – a fogyasztók összességének – érdekeiknek védelmét hivatott biztosítani.

A GVH Versenytanácsa egyre több olyan ügyben jár el, amelyben fő szerephez jutnak az elektronikus eszközök, különösen a világháló. „Az interneten megjelenő tájékoztatással kapcsolatban kiemelendő, az internet jellegéből adódóan alkalmas arra, hogy információkat, egy-egy termék vonatkozásában akár a releváns információk teljes körét gyorsan és kényelmesen elérhetővé tegyen. Az interneten megjelentethető és meg is jelenő információk nagy tömege ugyanakkor azt is jelenti, hogy a fogyasztó versenyjogilag figyelembe veendő döntésének meghozatalát általában nem az információk rendelkezésre állásának hiánya nehezíti meg, hanem a nagy mennyiségű információk szelektálása, a releváns információk megtalálása és kiválasztása, s azok feldolgozása.

Ebből fakadóan versenyjogi követelményként fogalmazható meg, hogy egy, a fogyasztók számára igen kedvezőként reklámozott termék, vagy a fogyasztók számára vonzó akció fogyasztók általi reális megítéléséhez szükséges lényeges információk könnyen elérhetők legyenek, a hangsúlyozott kedvező tulajdonsággal egy oldalon, ahhoz közel, fogyasztóbarát módon kerüljenek elhelyezésre.” (VJ-129/2005/31. 51. pontjában és a VJ-133/2005/26. számú határozatának a 49. pontjában is olvasható)

A Grtv. módosításáról szóló törvény⁶⁰ a sajtótermék definícióját kiterjesztette az elektronikus eszközökre, így az internetre is.⁶¹

A verseny egyik legfontosabb eszköze a reklám, amelynek célja a reklámozó által nyújtott szolgáltatás és/vagy áru bemutatása a poten-

ciális fogyasztók részére. A tájékoztatás és a figyelemfelkeltés mellett a Grtv. hatálya alá tartozó gazdasági reklámtevékenység a fogyasztó megnyerésére irányul. E törvény vonatkozásában fogyasztónak minősül minden olyan természetes és jogi személy, valamint jogi személyiség nélküli gazdasági társaság, aki felé a reklám irányul⁶². Az értelmező rendelkezések között a gazdasági reklám⁶³ meghatározásán túl feltüntetésre kerülnek a fogyasztókat hátrányosan érintő reklámok fajtái is, különösen ilyen a megtévesztő reklám⁶⁴, az összehasonlító reklám⁶⁵ és a tudatosan nem észlelhető reklám⁶⁶.

A megtévesztő hirdetésekre vonatkozó rendelkezéseket azonban a Tptv. III. fejezetében, a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolását tilalmazó szakaszok körében⁶⁷ is találunk.

A reklámozással kapcsolatos tevékenységnek tehát a fogyasztóvédelmi vonatkozásai mellett versenyjogi aspektusa is van. A probléma egy, a Grtv.-ben foglalt utaló szabály által okozott joghézagból ered. Ugyanis a reklámfelügyeleti eljárás keretében főszabályként a Fogyasztóvédelmi Főfelügyelőség – első fokon a megyei (fővárosi) fogyasztóvédelmi felügyelőség – látja el a gazdasági reklámtevékenységre vonatkozó rendelkezések betartásának ellenőrzését, ezen belül lefolytatja az e rendelkezések megsértése miatti eljárásokat.⁶⁸ A megtévesztő és az összehasonlító reklámok megítélését viszont a GVH hatáskörébe utalta a jogalkotó⁶⁹, beleillesztve ezáltal a fogyasztók megtévesztésének tényállásába a Grtv.-beli fogalmak kivizsgálását. Azonban, ha az eljárás alá vont magatartása a gazdasági verseny szempontjából csekély súlyúnak minősül, tehát nem nyer versenyjogi minősítést, szankcionálatlanul marad az egyébként fogyasztói érdekeket sértő tevékenység.

IV. AZ ELEKTRONIKUS KERESKEDELEM TÉRHÓDÍTÁSÁVAL JÁRÓ ELŐNYÖK ÉS HÁTRÁNYOK

IV.1. Előny a tudatos fogyasztónál

A kereskedők/szolgáltatók és a megrendelők nagyjából ugyanazon érvek alapján döntenek a virtuális áruház működtetése, illetve igénybe vétele mellett, melyeket az alábbi felsorolásban tekintettem át.

A világháló belső logikájából a következő lehetőségek adódnak:

- az on-line vállalkozás alapításának és működtetésének járulékos költségei (üzletek fenntartása és személyzet helyett esetleg csak logisztikai központ létesítése, még a reklámanyagokat sem kell kinyomtatni, szállítani, nincsenek közüzemi számlák) relatíve alacsonyak, főleg ha nem elektronikus piactérről, hanem aukciós tevékenységről van szó, mint az eBay esetében;
- a korábbiaknál lényegesen gyorsabb, rugalmasabb döntéshozói mechanizmus;
- a cég növekedésének esélye gyakorlatilag határtalan, földrajzi korlátok nélküli értékesítés;
- a zonos esélyek a már létező digitális konkurenciával szemben;
- nemzetközi szintén való jelenlét;
- huszonnégy órás elérhetőség;
- gyors tájékoztatás/tájékoztatódás, információk könnyen aktualizálhatóak, könnyen áttekinthetőek;
- mind a keresleti, mind a kínálati oldal mérhetetlen meg-növekedése, igények rugalmas követése;
- sok esetben olcsóbb beszerzési forrást jelent a klasszikus személyes kontaktuson alapuló jogügyleteknél;
- regisztráció esetén garantált elérhetőség e-mailek útján;

- bankkártyás fizetési lehetőség, ami azonban nem feltétlenül tartozik a meggyőzés szempontjai közé;
- termékek házhoz szállítása, egyes szolgáltatások esetén pedig on-line teljesítés lehetősége is felmerül.

A felsorolt prioritások azonban kizárólag a tudatos fogyasztók vonatkozásában érvényesülnek, hiszen a tapasztalatlan és sok esetben jogilag, informatikailag egyaránt tudatlan fogyasztó könnyen csapdába eshet.

IV.2. Lássuk az on-line kereskedelem buktatóit

A következő tényezők a hagyományos kereskedési forma mellett szólnak:

- a vonatkozó jogszabályi környezet hiányosságai és keretjellege számos megoldásra váró problematikus kérdést vet fel, mint például a személyes adatok védelme és a titkosítás,
- a hálózatokkal szembeni illegális beavatkozások,
- elektronikus pénzmosás,
- szerzői jogok bitorlása,
- bankkártyával történő fizetés lehetősége.

Kulcsfontosságú feladat a bizalom megteremtése, ezt szolgálják különösen a speciális fogyasztóvédelmi⁷⁰ és adatvédelmi rendelkezések⁷¹.

A fogyasztók/szerződő partnerek megnyerése érdekében a nagyobb vállalatoknál az ún. önszabályozó mechanizmus alkalmazása terjedt el. A hazánkban fiókteleppel, leányvállalattal rendelkező multinacionális vállalatok a belső működési területükön meghonosították saját normáikat zilált jogrendszerünk rugalmatlanságának, hiányosságainak kompenzálására, pótlására.

A bizalomnak azonban van egy másik oldala is: nem csak a fogyasztók védelmét kell garantálni, hanem a cégek biztonságáról is gondoskodni kell a komolytalan vevőkkel szemben. A rosszhiszemű megrendelők esetén milyen jogi lépések tehetők?

Mégis leszögezhetjük, hogy a hagyományos vállalkozások forint-

ban mérhető hátrányba kerülnek virtuális, illetve részben elektronikus konkurenseikkel szemben, amennyiben rövid időn belül nem csatlakoznak a digitalizált világhoz. A kereskedelem struktúrájának nemzetközi szinten zajló átrendeződése következtében mára az internetes jelenlét önmagában már nem jelent előnyt, viszont annak hiánya annál nagyobb veszteséget okoz.

Legyen szó akár vállalkozásról, akár magánszemélyről, idő- és költség-takarékos alternatívát kínál az e-ker. az off-line módozattal szemben.

„A siker nem szerencse kérdése, hanem a jó stratégiáé” (Varga Zsolt).

ÖSSZEGZÉS

A kereskedelem struktúrájának átrendeződésével járó többletköltségek jelenleg az állami szférára hárulnak. A részben digitalizált üzletek és az újonnan létesített virtuális áruházak költség-takarékosság okán több tucat munkavállalójuktól megválva a segélyezési zónába kerülők számát növelik jelentősen. Miközben a munkanélküliség fő okozója két számjegyű nyereséget számolhat el, addig e tömegek megélhetésének biztosítása, átképzési támogatása az állami költségvetést terheli. Egyáltalán nem reális, hogy a Man-szigeten vagy a Jersey-n bejegyzett offshore cégek hazai tulajdonosai az adórendszer megkerülésével jussanak több számjegyű haszonhoz, ezért jövedelmük egy részének „visszapumpálását” kell elérni.

Véleményem szerint a jogalkotónak őrizkednie kell attól, hogy ilyen *„fogd a pénzt és fuss vállalkozás”* létesítésének a lehetőségét biztosítsa.

Érzékelhető, hogy ez a téma mennyire összetett. Bizonyítja az is, hogy az elektronikus kereskedelemmel kapcsolatos jogesetek után kutatva a legkülönbözőbb területeket érintő jogsértő magatartás fordul elő. Tipikus a fogyasztók megtévesztésére irányuló internetes hirdetés alkalmazása. (pl.: VJ-11/2005/15., VJ-49/2005/19., VJ-133/2005/26., VJ-61/2005/29., VJ-17/2005/20.)

Kijelenthetjük, hogy az EU, így hazánk is meglehetősen szigorú versenyjogi szabályokat fogadott el, az USA azonban még ezek ismeretében is nyugodtan „hátradőlhet”. A hivatkozott normákat

ugyanis többnyire olyan emberek, szervezetek alkották, akik még egyáltalán nem tevékenykedtek versenyhelyzetben lévő vállalatnál és világ életükben a költségvetéstől függtek.

Megfigyelhető szinte minden szektorban, minden jogterületen az uniós jogszabályok mögé bújtatott nemzeti vállalatok védelme az aktuális ciklus függvényében, illetve analóg módon a hazai viszonyokban kisebb közösségek érdekének érvényesítése. Például a spanyol periódus idején minden egyes fellépés háttérében a Pegaso nemzeti vállalatuk érdekeinek képviselése húzódott meg.

„Ez a bürokrata szemlélet képtelen együtt élni egy működőképes gazdasággal. A rosszul értelmezett versenypolitika örökös áldozata lesz az európai ipar az USA és Ázsia dinamikusan fejlődő, kevésbé megszorított vállalataival szemben.

Amikor a részvényesek megválasztják a vezetőiket, töretlen piaci vezetésre, dinamikus és kiegyensúlyozott fejlődésre voksolnak; nem pedig a patikamérlegen mért versenyegyenlőségre...”⁷²

Ennek fényében fel kell tenni a kérdést, hogy meddig terjedhet egy-egy terület szabályozása?

„A gúzsba kötött, különféle korlátokkal körülbástyázott európai vállalatok mire „észbe kapnak”, már amerikai és ázsiai befektetők szerzik meg a cégeiket. Gondoljunk például a textiliparra. Kína elárasztja Európát, sőt az egész világot termékeivel, melynek következtében milliók veszítik el állásukat.

Európának ténylegesen fel kell lépni a saját iparának védelme érdekében.... Dolgozzanak és keressenek a szlovák, a portugál és a dél-olasz nők a bangladesi és az indiai nők helyett.

Kontinensünk hivatalnokai az európai munkás tömegek és az európai költségvetés ellenségei. Elhibázott döntések sorozata miatt milliók kerülnek az utcára naponta, hetente.

A jó értelemben vett és egészséges protekcionizmusra szükség van!”⁷³

MELLÉKLET

Táblázat 1.

Az elektronikus kereskedelem használat korlátainak megítélése-jelentős (%)

	2002	2003	2004
Alacsony vevőszám	28	26	27
A pénzbeli fizetés bizonytalansága	30	27	27
A szerződési feltételek, szállítási határidők és garanciák bizonytalansága	32	27	29
Az elektronikus kereskedelmi rendszer kialakításának, működésének költségei	32	30	31
A vállalat termékeinek és szolgáltatásainak jellege nem teszi lehetővé	18	16	19
Alacsony az elektronikus kereskedésből származó haszon	22	21	23
Bizalmasa információkhoz illetéktelenek is hozzáférhetnek	25	24	26
A technológiai változásokkal szembeni vállalaton belüli ellenállás	11	10	14
A rendszer túl lassú	18	14	16
A telepítéshez, működtetéshez értő szakképzett alkalmazottak hiánya	22	20	22
Jobban bíznak a hagyományos, személyes kontaktuson alapuló kereskedelemben	29	28	28
A törvényi szabályozás hiányossága	22	21	24
<i>Ugyanez-nagyon jelentős</i>	6	7	8

Forrás: <http://www.ksh.hu>

Táblázat 2.

Az elektronikus kereskedelem használat korlátainak megítélése-nem jelentős (%)

	2002	2003	2004
Alacsony vevőszám	17	15	20
A pénzbeni fizetés bizonytalansága	17	15	18
A szerződési feltételek, szállítási határidők és garanciák bizonytalansága	22	22	23
Az elektronikus kereskedelmi rendszer kialakításának, működésének költségei	22	21	23
A vállalat termékeinek és szolgáltatásainak jellege nem teszi lehetővé	24	20	21
Alacsony az elektronikus kereskedésből származó haszon	25	22	24
Bizalmasa információkhoz illetéktelenek is hozzáférhetnek	27	23	23
A technológiai változásokkal szembeni vállalaton belüli ellenállás	46	43	42
A rendszer túl lassú	41	41	42
A telepítéshez, működtetéshez értő szakképzett alkalmazottak hiánya	37	34	34
Jobban bíznak a hagyományos, személyes kontaktuson alapuló kereskedelemben	15	13	13
A törvényi szabályozás hiányossága	30	27	28
Ugyanez-nem értelmezhető	41	45	40

Forrás: <http://www.ksh.hu>

FELHASZNÁLT IRODALOM

- Budai Judit: Az elektronikus beszerzés jogi környezete
 Hol tart az E-Procurement jogi hátterének szabályozása?, IIR-Szakkonferencia-Versenysstratégiák a beszerzésben, 2002. január
- Budai Judit: Az elektronikus kereskedelmi jog kérdései. A szerződések létrejöttének, teljesítésének szabályai (Gazdaság és Jog, 2000. 9-10. sz.)
- Dr. Gatter László: Az elektronikus aláírásról (Magyar Jog, 2002. 4. sz.)
- Dr. Milassin László: Az elektronikus kereskedelem jogi problémái, különös tekintettel az Európai Unió idevonatkozó jogalkotására (Külföldi Jogi Szemle, 2001. 6. sz.)
- Kondricz Péter-Tímár András: Az elektronikus kereskedelem jogi kérdései (KJK, Bp., 2000.)
- Papp Tekla: Atipikus szerződések (egyetemi jegyzet, Szeged, 2006.)
- Strihó Krisztina: Erőfölényes helyzettel való visszaélés (dolgozat, Szeged, 2005.)
- Váci Tímea: Vásárlás az interneten (Cégvezetés, 2002. 9. sz.)
- Várkonyi Péter: Az elektronikus kereskedelmi szolgáltatásokról szóló törvény tervezetéről (Gazdaság és Jog, 2001. 11. sz.)
- Verebics János: Az elektronikus aláírásra vonatkozó szabályozás továbbfejlesztése: lehetőségek és korlátok között (Gazdaság és Jog, 2005. 6. sz.)

JOGSZABÁLYOK

- 2000/31/EK sz. irányelv az információs társadalommal összefüggő szolgáltatások, különösen az elektronikus kereskedelem egyes jogi kérdéseiről
1959. évi IV. törvény a Magyar Köztársaság Polgári Törvénykönyvéről
1996. évi LVII. törvény a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról
1997. évi LVIII. törvény a gazdasági reklámtevékenységről
2001. évi XXXV. törvény az elektronikus aláírásról

2001. évi CVIII. törvény az elektronikus kereskedelmi szolgáltatásokról, valamint az információs társadalommal összefüggő szolgáltatások egyes kérdéseiről

15/1989. (IX.7.) KeM rendelet az egyes kereskedelmi tevékenységek gyakorlásáról

17/1999. (II.5) Korm. rendelet a távollevők között kötött szerződésekről

INTERNET CÍMEK

<http://e-ker.hu>

http://hirek.prim.hu/cikk_print/35682

<http://home.iae.hl/users/nickl/mikrosz.html>

<http://mek.oszk.hu/01400/01401/01401.htm>

<http://vg.hu>

<http://www.ecompany.hu/ecom.htm>

<http://www.ksh.hu>

<http://www.logsped.hu/ekereskedelem.htm>

<http://www.magyarország.hu>

<http://www.mkimarketing.hu>

http://www.ofe.hu/fo_tudni/eker2.htm

<http://www.recall.hu>

JEGYZETEK

- 1 2001. évi CVIII. tv. az elektronikus kereskedelmi szolgáltatások, valamint az információs társadalommal összefüggő szolgáltatások egyes kérdéseiről
- 2 Ektv. 13/A.§
- 3 Ektv. 14.§
- 4 Ektv. 15.§
- 5 Kondricz Péter- Tímár András: Az elektronikus kereskedelem jogi kérdései (Bp., KJK, 2000., p. 71-76.)
- 6 Egyesült Nemzetek Kereskedelmi Jogi Bizottsága
- 7 business to business (továbbiakban B2B)
- 8 business to consumer (továbbiakban B2C)
- 9 98/34 EKG (módosította 98/48/EKG sz. „Átláthatósági irányelv.”) irányelv a műszaki szabványokról és eljárásokról, valamint a 2000/31/EK irányelv az elektronikus kereskedelem jogi aspektusairól
- 10 Ektv.2.§ a, pontja szerint az elektronikus kereskedelmi szolgáltatás olyan információ társadalommal összefüggő szolgáltatás, amelynek célja áruk, illetőleg szolgáltatások üzletszerű értékesítése, beszerzése,cseréje
- 11 Ektv.2.§ (2) b, pontja alapján az elektronikus út elektronikus adatfeldolgozást, – tárolást, illetőleg – továbbítást végző vezeték, rádiótechnikai, optikai vagy más elektromágneses eszközök alkalmazása
- 12 Ektv. általános indokolása
- 13 Ektv.1.§ (3) bek.
- 14 Ektv.2.§ m.pontjának értelmében magánjellegű közlés a kereskedelmi, üzleti vagy hivatásszerű tevékenység, vagy közfeladat körén kívül eső célból eljáró személy által használt elektronikus levelezés, vagy azzal egyenértékű, egyéni közlésre alkalmas kommunikációs eszköz útján, információs társadalommal összefüggő szolgáltatás igénybe vételével történő közlés, ideértve az ilyen módon tett szerződési nyilatkozatokat is.
- 15 Ektv.1.§ (4) bek.
- 16 Kondricz Péter-Tímár András: Az elektronikus kereskedelem jogi kérdései (Bp., KJK, 2000., p. 76.)
- 17 Váci Tímea: Vásárlás az interneten, (Cégvezetés, 2002. 9. sz. p. 56.)
- 18 Budai Judit: Az elektronikus kereskedelmi jog kérdései. A szerződések létrejöttének, teljesítésének szabályai (Gazdaság és Jog, 2000./9-10., p.25.)
- 19 IBM megközelítése
- 20 Internet Értelmező Kiszótár
- 21 A Magyar Köztársaság és az Európai Községek és azok tagállamai között társulás létesítéséről szóló, Brüsszelben, 1991. december 16-án aláírt Európai Megállapodás kihirdetéséről szóló törvény 67. és 68. cikke
- 22 2099/2002.(III.29.) Korm. határozat a jogharmonizációs programról és a program végrehajtásával összefüggő feladatokról
- 23 „Átláthatósági” irányelv, módosította a 98/48/EKG
- 24 Dr. Milassin László: Az elektronikus kereskedelem jogi problémái, különös tekintettel az Európai Unió idevonatkozó jogalkotására, (Külföldi Jogi Szemle, 2001/6.sz., p. 365.)
- 25 1998. november 18-án hozták nyilvánosságra az Európai Bizottság (továbbiakban EB),Elektronikus kereskedelem európai kezdeményezése” című közleményén alapuló e-ker irányelv tervezet
- 26 Az e-ker. irányelv 3.cikkének (2) bekezdése a következőképpen szól: „A tagállamok nem korlátozhatják azoknak az információs társadalom nyújtotta szolgáltatásoknak egyik tagállamból a másikba irányuló szabad forgalmát, amely jelen irányelv által koordinált terület hatálya alá esik.”, Dr. Milassin László: Az elektronikus kereskedelem jogi problémái, különös tekintettel az Európai Unió idevonatkozó jogalkotására, (Külföldi Jogi Szemle, 2001/6., p.363.)
- 27 Ezt a kérdést a Model Law egyáltalán nem is érinti.
- 28 Várkonyi Péter: Az elektronikus kereskedelmi szolgáltatásokról szóló törvény tervezetéről, (Gazdaság és Jog, p.15-16.)
- 29 2003. évi XCVII. törvény az elektronikus kereskedelmi szolgáltatások, valamint az információs társadalommal összefüggő szolgáltatások egyes kérdéseiről szóló 2001. évi CVIII. törvény módosításáról

- 30 Kondricz Péter-Tímár András: Az elektronikus kereskedelem jogi kérdései, (Bp., KJK, 2000., p.80-87.)
- 31 Pp. 195.§
- 32 Pp. 196.§
- 33 Pp. 199.§
- 34 Elektronikus aláírásnak három fajtája létezik: minősített (Eatr. 2.§ 17.), fokozott biztonságú (Eatr. 2.§ 15.) és az egyszerű (Eatr. 2.§ 6.).
- 35 Kondricz Péter-Tímár András: Az elektronikus kereskedelem jogi kérdései, (Bp. KJK 2000., p.81.)
- 36 Ektv. 2.§ b, pont
- 37 Ektv. 2.§ m, pont
- 38 Ektv. 2.§ a) pont
- 39 Ektv. 2.§ f) pont
- 40 Ektv. 2.§ b) pont
- 41 „Távközlő eszköznek minősül minden olyan eszköz, amely alkalmas a felek távollétében, a szerződés megkötése érdekében, szerződési nyilatkozat megtételére. Tehát olyan eszközről van szó, amely nem egy térben elhelyezkedő, de szerződést kötni szándékozó felek között, e célra történő használata során alkalmas ajánlattételi felhívás, ajánlat, illetve elfogadó nyilatkozat megtételére.” In: Papp Tekla: Atipikus szerződések, (Szeged, 2006., p. 22.)
- 42 A fogyasztóvédelemről szóló 97/7/EK irányelv alapján elfogadott 17/1999.(II.5.) Korm.rendelet
- 43 Papp Tekla: Atipikus szerződések, (Szeged 2006., p. 22.)
- 44 Ektv. 2.§ k) és l) pont
- 45 Ektv. 2.§ c) pont
- 46 Az Ektv. 2.§ e) pontjának értelmében információnak minősül bármely , elektronikus úton feldolgozható, tárolható, továbbítható adat, jel, kép tekintet nélkül arra, hogy annak tartalma jogi védelemben részesül-e.
- 47 Ektv. 4.§ (1)bek.
- 48 Ektv. 4.§ (2)bek.
- 49 Ektv. 4.§ (3)bek.
- 50 Ektv. 7-12.§
- 51 Ektv. 5-6.§
- 52 Ektv. 5.§(1)bek.
- 53 Ektv. 5.§(2) bek. rendelkezéseitől a fogyasztónak nem minősülő igénybe vevő esetén a felek kölcsönös megállapodással eltérhetnek.
- 54 A katalógus akkor tekintendő kötelező érvényű ajánlatnak a szolgáltató részéről, ha az ott bemutatott termékek nevét, árát, mennyiségét pontosan megjelölte és nem tüntette fel/kötötte ki a tájékoztató jellegét.
- 55 Ptk. 214.§ (1) ..., az írásban vagy távirati úton közölt nyilatkozat hatályosságához pedig az szükséges, hogy az a másik félhez megérkezzen.
- 56 Ektv. 6.§(2) bek.
- 57 Készítette a RE: CALL Tanácsadó Kft. és a Magyarországi Tartalomszolgáltatók Egyesülete az Informatikai és Hírközlési Minisztérium felkérésére.
- 58 Tptv. 8.§, 9.§
- 59 Tptv. 10.§
- 60 2005. évi LXXVII. törvény a gazdasági reklámtevékenységről szóló 1997. évi LVIII. törvény módosításáról
- 61 Grtv. 2/A.§-nak megfelelően a a gazdasági reklámtevékenységről szóló törvénynek a sajtótermékekre vonatkozó rendelkezéseit alkalmazni kell az információs társadalommal összefüggő szolgáltatásra is.
- 62 Grtv. 2.§ g) pont
- 63 Grtv. 2.§ h) pont szerint a gazdasági reklám olyan tájékoztatás, amely termék, szolgáltatás, ingatlan, jog és kötelezettség (továbbiakban: áru) értékesítését vagy más módon történő igénybevitelét és a vállalkozás nevének, megjelölésének, tevékenységének népszerűsítését, továbbá áru vagy árujelző megismertetését mozdítja elő (a továbbiakban: reklám).
- 64 Grtv. 2.§ o) pont alapján megtevesztő reklám minden olyan reklám, amely bármilyen módon – beleértve a megjelenítését is – megteveszti vagy megtevesztheti azokat a személyeket, akik felé irányul, vagy akiknek tudomására juthat, és megtevesztő jellege miatt befolyásolhatja e személyek gazdasági magatartását, vagy ebből eredően a reklámozóval azonos, vagy ahhoz hasonló tevékenységet folytató más vállalkozás jogait sérti, vagy sértheti.
- 65 Grtv. 2.§ p) pont szerint összehasonlító reklám olyan reklám, amely közvetve vagy közvetlenül felismerhetővé teszi a reklámozóval azonos vagy ahhoz hasonló tevékenységet folytató más vállalkozást, vagy a más vállalkozás által előállított forgalmazott vagy bemutatott, a reklámban szereplő

áruval azonos vagy ahhoz hasonló rendeltetésű árut.
 66 Grtv. 2.§ v) pont értelmében a tudatosan nem észlelhető reklám olyan reklám, amelynek közzétételekor – az időtartam rövidege vagy más ok következtében – a fogyasztóra lélektani értelemben a tudatos észleléshez szükséges ingerküszöbnél kisebb látvány, hang- vagy egyéb hatás keltette inger hat.

67 Tpv. 8-9.§§
 68 Grtv. 15.§ (1) bek.
 69 Grtv. 15.§ (3) bek.
 70 Ektv. 15.§
 71 Ektv. 13/A§
 72 Strihó Krisztina: Erőfölényes helyzettel való visszaélés (dolgozat, 2005., p.1)
 73 Strihó Krisztina: Erőfölényes helyzettel való visszaélés (dolgozat, 2005. p.1.



X35949